



Національний університет
водного господарства
та природокористування

Міністерство освіти і науки України
Національний університет водного господарства
та природокористування

Кафедра туризму та готельно-ресторанної справи



05-08-75

МЕТОДИЧНІ ВКАЗІВКИ

до виконання курсової роботи
з навчальної дисципліни

«Туроперейтинг»

для здобувачів вищої освіти (першого) бакалаврського рівня
напряму підготовки 6.140103 «Туризм»
денної форми навчання

Рекомендовано
науково-методичною комісією
напряму підготовки
6.140103 «Туризм»
Протокол № 5 від 06.03.2019 р.



Методичні вказівки до виконання курсової роботи з навчальної дисципліни «Туроперейтинг» для здобувачів вищої освіти (першого) бакалаврського рівня денної форми навчання напряму підготовки 6.140103 «Туризм» / Коротун С. І., Скорина Т. М., Яковишина М. С. – Рівне : НУВГП, 2019 – 47 с.

Укладачі: Коротун С. І., к.геогр.н., доцент кафедри туризму та готельно-ресторанної справи;
Скорина Т. М., к.екон.н., старший викладач кафедри туризму та готельно-ресторанної справи;
Яковишина М. С., старший викладач кафедри туризму та готельно-ресторанної справи.

Відповідальний за випуск – Коротун С. І., к.геогр.н., доцент, завідувач кафедри туризму та готельно-ресторанної справи.

Зміст

Вступ.....	2
Передмова.....	5
Тематика курсових робіт з туроперейтингу.....	6
Рекомендації до виконання роботи.....	9
Вступ.....	9
Теоретична частина.....	10
Практична частина.....	18
Додатки.....	43



ВСТУП

Навчальна дисципліна «Туроперейтинг» є дисципліною професійної та практичної підготовки фахівців напряму підготовки 6.140103 «Туризм» для роботи в галузі туризму.

Основною метою курсової роботи є навчання студентів як розумінню процесу туроперейтингу в цілому, так і алгоритму виконання його етапів зокрема, а також оволодіння технологіями формування, просування і реалізації туристичного продукту.

Основними завданнями, що стоять перед студентами при виконанні курсової роботи є:

- оволодіння теоретичними знаннями в галузі сучасного туроперейтингу з урахуванням передового вітчизняного і зарубіжного досвіду;
- знайомство з роботами сучасних вчених і фахівців в області прикладного туроперейтингу;
- отримання повного та всебічного уявлення про специфічні особливості кожного етапу роботи туроператора, таких як турпроекування, турпланування, просування і реалізація туристського продукту;
- вивчення технологій створення привабливого туристського продукту;
- формування уявлення про сучасний стан українського туристського бізнесу, провідних туроператорів різних напрямів, туристичні компанії, бренди українського туристичного ринку, основних авіаперевізників;
- оволодіння практичними навичками використання web-ресурсів з метою вивчення асортименту турів відомих туроператорів і практичними вміннями аналізувати конкурентні переваги і недоліки запропонованого ними туристичного продукту;
- ознайомлення з основними напрямками використання Інтернету в туроперейтингу, такими як: глобальні і спеціалізовані комп'ютерні системи бронювання готелів і туристських послуг, автоматизація документообігу в туроперейтингу, традиційні і інноваційні технології просування туристського продукту туроператором;
- формування практичних умінь і навичок, які дозволять ставити і вирішувати практичні завдання туроперейтингу і знаходити ефективні і нестандартні рішення.



При виконанні курсової роботи слід підкреслити найважливіше значення для професіонала в галузі сучасного туристичного бізнесу:

- знання провідних туроператорів українського туристичного ринку;
- уміння аналізувати конкурентне середовище, виявляти сильні і слабкі сторони позиції конкурентів, оцінювати переваги і недоліки пропозицій конкурентів з метою вибудовування власних стратегій;
- ціноутворення власного туристичного продукту;
- позиціонування свого туристичного підприємства у туріндустрії.

Крім того, слід приділити увагу такому найважливішому виду туроперейтингової діяльності, як просування туристського продукту:

- застосувати теоретичні знання основ організації виставкової діяльності до практичного аналізу найбільших міжнародних виставок;
- продовжити вивчення сучасних засобів реклами на практичному прикладі детальної оцінки Інтернет-сайту конкретного туроператора.

В силу значної кількості туристських відправлень і великого об'єму обробки заявок у великій туроператорській фірмі, під час виконання курсової роботи необхідно виявити і проаналізувати сучасні технології:

- бронювання готельних і інших туристських послуг за допомогою глобальних електронних систем;
- ведення основної туристської документації за допомогою спеціалізованих програмних комплексів.

Це дослідження дозволяє опанувати технологію розробки програм перебування:

- для різних соціальних і вікових груп населення;
- за різними маршрутами і географічними дестинаціями;
- для задоволення конкретних цільових потреб замовника туру.

Міжнародний виїзний туризм (аутгоінг) вже майже два десятиліття – один з видів комерційної діяльності, що найдинамічніше розвиваються, в нашій країні. Аутгоінговий туроператор спеціалізується на формуванні, просуванні і реалізації виїзних міжнародних турів, тобто подорожей громадян своєї країни за її межі. Це найбільш складний вид туроперейтинга, який вимагає докладання найбільших зусиль і капіталовкладень. Саме з цієї причини частина запропонованих тем для курсових робіт присвячена дослідницькій роботі в галузі міжнародного виїзного туризму.



ПЕРЕДМОВА

Запропоновані теми курсових робіт можна умовно розділити на п'ять основних груп:

I. дослідження різних видів туроператорів українського туристського ринку (монопрофільних і багатопрофільних, аутоінгових, інкамінгових і інсайдингових), основних напрямів їх діяльності (масові тури на відпочинок і масові екскурсійні тури), конкурентних переваг і недоліків запропонованого туроператорами туристського продукту і асортименту турів;

II. ознайомлення з основними транспортними компаніями українського туристського ринку, конкурентними перевагами і недоліками умов перевезення запропонованого транспортними компаніями;

III. вивчення просування туристичного продукту на прикладі аналізу міжнародних виставок у сфері туризму;

IV. ознайомлення з сучасними технологіями в галузі бронювання готелів і туристських послуг, автоматизації документообігу в туроперейтингу і просування туристичного продукту;

V. освоєння технології розробки замовлених програм у сфері ділового, оздоровчого, інсентив, молодіжного і дитячого туризму.

Курсова робота з туроперейтингу є логічноструктурованим, систематизованим дослідженням, що складається з двох частин: теоретичної і практичної. Практична частина роботи виконується **на конкретному прикладі** конкретного підприємства або заходу.

У роботі рекомендується навести необхідні розрахунки, таблиці, графіки, схеми, рисунки, що супроводжуються відповідними поясненнями і висновками.

Окрім основної смислової частини робота включає вступ, в якому стисло визначаються: мета і завдання дослідження, основні проблеми, що стоять перед туристичною галуззю, дається коротка характеристика ринку товарів і послуг та пропонуються можливі шляхи рішення окреслених завдань.

Завершує теоретичну і практичну частини роботи висновок, в якому формуються підсумкові результати проведених досліджень або практичних розробок.

Робота завершується списком використаних джерел, сформованих у встановленому порядку та додатками.



Хід роботи

1. Вибір теми дослідження.
2. Формування плану роботи.
3. Підбір необхідного теоретичного і практичного матеріалу.
4. Виконання теоретичної частини роботи.
5. Виконання практичної частини роботи.
6. Підведення підсумків і оформлення висновків.
7. Оформлення списку літератури.
8. Додатки (за бажанням автора робота може мати додатки у вигляді рисунків, таблиць, схем, ілюстративного і рекламного матеріалу).

ТЕМАТИКА КУРСОВИХ РОБІТ З ТУРОПЕРЕЙТИНГУ

1. Монопрофільні і багатoproфільні туристичні оператори українського ринку.
2. Провідні туристичні оператори українського ринку, туристичні компанії, бренди українського ринку.
3. Провідні українські аутгоінг-туроператори з масового відпочинку та їх характеристики *(на прикладі конкретного підприємства)*.
4. Дослідження туристичного продукту провідних українських туроператорів, що формують масові тури на відпочинок українських громадян, на прикладі країни (Туреччини Єгипту, Таїланду тощо) *(параметри: перелік послуг, вартість туру, порядок бронювання)*.
5. Порівняльний аналіз основних маршрутів, пропонованих українськими туроператорами на ринку для масового відпочинку українських туристів в країні (Туреччині, Єгипті, Таїланді тощо) *(за основними послугами, що включено в турпакет)*.
6. Провідні українські аутгоінг-туроператори з екскурсійного туристичного продукту та їх характеристики *(на прикладі конкретного підприємства)*.
7. Дослідження туристичного продукту провідних українських туроператорів, які формують масові екскурсійні тури для українських громадян в Західну Європу, на прикладі країни або країн (Франції, Італії, Австрії тощо) *(параметри: перелік послуг, вартість туру, порядок бронювання)*.



8. Порівняльний аналіз основних маршрутів, пропонованих українськими туроператорами на ринку екскурсійного туризму для українських туристів на прикладі європейських міст (Парижу, Вени, Лондона тощо) *(за основних послугах, включених в турпакет)*.

9. Провідні українські інкамінгові туроператори і їх характеристики (на прикладі конкретного підприємства).

10. Дослідження туристичного продукту провідних українських туроператорів, організуючих прийом груп іноземних туристів в Україні і обслуговування їх за традиційними маршрутами *(параметри: перелік послуг, вартість туру, порядок бронювання)*.

11. Порівняльний аналіз основних маршрутів, запропонованих українськими туроператорами на ринку екскурсійного туризму для іноземних туристів на прикладі Києва, Львова, Одеси тощо *(за основними послугами, включених в турпакет)*.

12. Провідні українські інсайдингові туроператори та їх характеристики *(на прикладі конкретного підприємства)*.

13. Дослідження туристичного продукту провідних українських туроператорів, що формують масові тури на відпочинок українських громадян, на прикладі Криму, Причорномор'я або Карпат *(параметри: перелік послуг, вартість туру, порядок бронювання)*.

14. Порівняльний аналіз основних маршрутів, запропонованих українськими туроператорами на ринку для масового відпочинку українських туристів на прикладі Криму, Причорномор'я або Карпат *(за основними послугами, включених в турпакет)*.

15. Порівняльна характеристика комп'ютерних систем бронювання авіаквитків, готелів і туристичних послуг, що використовуються на українському ринку (Galileo, Amadeus, Gulliver та ін.) *(системи on-line бронювання – авторські розробки туроператорів)*.

16. Основні транспортні авіакомпанії-авіаперевізники українського туристичного ринку.

17. Порівняльна характеристика запропонованих умов перевезення туристів-індивідуалів регулярними рейсами українських і зарубіжних авіакомпаній *(параметри: розклад, маршрут перельоту, рівень комфорту)*.

18. Порівняльний аналіз запропонованих умов перевезення туристів-індивідуалів регулярними рейсами українських і зарубіжних авіакомпаній *(параметри: тарифи, умови бронювання і оплати, штрафні санкції)*.



19. Провідні українські туроператори, що спеціалізуються на гірськолижному туризмі та їх характеристики *(на прикладі конкретного підприємства)*.

20. Провідні українські туроператори, що спеціалізуються на організації ділових поїздок та їх характеристики *(на прикладі конкретного підприємства)*.

21. Провідні українські туроператори, що спеціалізуються на круїзному туризмі та їх характеристики *(на прикладі конкретного підприємства)*.

22. Порівняльна характеристика щорічної міжнародної виставки "UITT" з "Інтурмаркетом" (Intourmarket).

23. Порівняльна характеристика щорічного міжнародного туристичного салону "Україна" UITM з МІТТ.

24. Інтернет, як лідер в якості носія рекламної інформації в туристичні галузі *(оцінка переваг і недоліків web-сайту конкретного туроператора)*.

25. Автоматизація документообігу в туроперейтингу. *(порівняльна характеристика найбільш популярних в українському туроперейтингу програмних комплексів)*.

26. Технологія розробки програми інсентив-тура для молодіжної групи працівників телекомпанії "Рівне-1" (15 осіб) на week-end (3 дні / 2 ночі) в Парижі (Франція).

27. Технологія розробки ділової програми з підвищення кваліфікації (семінар "Інформаційні технології") для групи працівників середньої ланки і керівників українських підприємств автомобільної промисловості (15 осіб) в Токіо (Японія), 10 днів/9 ночей.

28. Технологія розробки ділової програми відвідування Міжнародної будівельної виставки "ВАТІМАТ" групи працівників середньої ланки найбільших українських будівельних компаній (25 осіб) в Парижі (Франція), 8 днів / 7 ночей.

29. Технологія розробки інсентив-тура (відпочинок і лікування) для співробітників Укратоменергобуд (15 осіб) в Карлових Варах (Чехія), 15 днів / 14 ночей.

30. Технологія розробки пізнавально-розважального туру для групи школярів 13-17 років (23 осіб + 2 викладачі) за маршрутом у Париж-Диснейленд (Франція), 8 днів/7 ночей, осінні *(весняні)* канікули.

31. Технологія розробки ділової програми з підвищення кваліфікації (семінар "Кадрова політика на підприємстві") для групи

начальників відділів кадрів найбільших українських підприємств (15 осіб) за маршрутом Лос-Анджелес – Лас-Вегас – Чикаго (США), 10 днів/9 ночей.

32. Технологія розробки ділової програми відвідування Міжнародного авіакосмічного салону у Фарнборо групи керівників підприємств української авіаційної промисловості (25 осіб), Лондон (Великобританія), 8 днів / 7 ночей.

33. Технологія розробки інсентив-тура (відпочинок і лікування) для співробітників Укратоменергобуд (20 осіб) у Биаррице (Франція), 10 днів/9 ночей.

34. Технологія розробки ділової програми з підвищення кваліфікації (семінар "Забезпечення безпеки енергетичних підприємств") для заступників директорів з безпеки (20 осіб) за маршрутом Осло – Стокгольм (Норвегія – Швеція), 10 днів/9 ночей.

35. Технологія розробки ділової програми по підвищенню кваліфікації (семінар "Організація діяльності помічників керівників підприємств") для працівників нафтогазової промисловості (15 осіб) по маршруту Мадрид – Мілан (Іспанія – Італія), 10 днів/9 ночей.

РЕКОМЕНДАЦІЇ ДО ВИКОНАННЯ РОБОТИ

Структура курсової роботи:

- титульний лист
- завдання на виконання курсової роботи (видається викладачем);
- зміст;
- вступ;
- основна частина (теоретична і практична);
- висновки;
- список використаних джерел;
- додатки.

Вступ

Вступ призначено для обґрунтування актуальності теми курсової роботи, формулювання мети і завдань дослідження. Обсяг вступу – 2-3 друковані сторінки. Вступ повинен містити наступну інформацію:

актуальність теми, при висвітленні, якої коротко викладається сучасний стан розглянутої проблеми, необхідність подальших досліджень і її роль в індустрії галузі туризму;



об'єкт дослідження – це процес або явище обрані для вивчення, що породжує проблемну ситуацію;

предмет дослідження – проблема (коло питань), що досліджуються в роботі на прикладі об'єкта дослідження або теоретичне відтворення об'єктивної дійсності, тих суттєвих зв'язків та відношень, які підлягають безпосередньому вивченню в даній курсовій роботі, і є головними, визначальними для конкретного дослідження;

мета дослідження – це кінцевий результат, на досягнення якого спрямоване дослідження. Вона повинна узгоджуватися з назвою роботи і містити не тільки очікувані її результати, а й вказувати, на яких наукових передумовах вона базується, яким чином досягається (із залученням яких наукових гіпотез, ідей, явищ, законів та ін.);

завдання, що ставляться в роботі, повинні відповідати меті дослідження. Як правило, виходячи з завдання дослідження формується структура роботи, тому завдання дослідження формулюються на підставі найменувань розділів і підрозділів;

використані теоретичні і законодавчо-нормативні джерела: коротко вказуються прізвища та ініціали авторів, напрацювання яких внесли найбільш вагомий внесок у розробку проблеми, основні закони і нормативні акти, що згадуються в роботі (з посиланнями в квадратних дужках на номери джерел у списку використаних джерел).

Теоретична частина

У теоретичній частині роботи даються основні теоретичні положення у рамках досліджуваної проблеми, які представляються у вигляді трьох або чотирьох ключових питань.

Представлений теоретичний матеріал повинен значною мірою спиратися на огляд та аналіз, теми дослідження, навчальної і наукової літератури, як вітчизняних, так і зарубіжних авторів, а також на матеріали періодичних видань (професійну пресу).

Огляд джерел по темі роботи включає наступні їх види:

- теоретичні, науково-прикладні і науково-публіцистичні літературні джерела, у тому числі періодичні видання;
- законодавчо-нормативні акти, що регулюють функціонування предмета і об'єкта дослідження;
- організаційні документи, що діють на підприємстві – об'єкті дослідження (статут, положення й ін.), учбово-методичні збірники.



Огляд — вища форма узагальнення інформації. Він систематизує зміст багатьох документів за основними напрямками. При цьому повинна надаватись аргументована оцінка вивчених підходів.

Загальна методика складання огляду: з'ясування стану проблеми, ознайомлення з темою і усвідомлення її меж, складання попереднього плану огляду; добір найбільш цінного мінімуму з наявного матеріалу; аналіз зібраних джерел, їх оцінка і зіставлення; групування даних, їх узагальнення; висновки і рекомендації на основі даного огляду.

Огляд має повно і систематизовано відбивати стан предмета дослідження. Інформація, що міститься в ньому, повинна дозволяти об'єктивно оцінити науково-прикладну значимість проблеми що досліджується, правильно вибирати шляхи і засоби досягнення мети, поставленої в роботі.

Роботу над оглядом варто починати з інформаційного пошуку; список джерел студент може скласти самостійно чи за допомогою керівника роботи. Вивчаючи відібрані джерела, студенту доцільно фіксувати їх основні положення, цитати, які, на його думку, відображають сутність з посиланням на джерело. Далі зібрані дані групуються за кожним з напрямків роботи. По кожному з питань викладається думки різних авторів, дається їх порівняльний аналіз, з'ясовуються можливі протиріччя, формулюються узагальнюючі висновки з огляду. Матеріал, що викладається, повинен мати безпосереднє відношення до обраної теми дослідження і містити посилання на використані джерела.

При викладі теоретичних питань слід наводити визначення основних понять і термінів за темою, які використовуються в туropolерейтингу з обов'язковим посиланням на використані джерела. При виконанні цієї частини роботи необхідно висвітлювати нормативно-правові акти, що регулюють діяльність у сфері індустрії туризму.

В теоретичній частині роботи доцільно наводити приклади з практики роботи відомих туристичних фірм і транспортних компаній, за умови, що представлений практичний матеріал наочно ілюструватиме наведені теоретичні положення. Крім того, рекомендується використати Інтернет-ресурси і передусім матеріали, опубліковані на офіційних сайтах Національних туристичних адміністрацій, підприємств туризму і основних перевізників туристичного ринку, а також використати інформаційно-пошукові системи (ІПС) для підбору конкретного матеріалу.



Тема 1. Монопрофільні і багатoproфільні туристичні оператори українського ринку.

1. Поняття "туристичний оператор".
2. Основні функції туристичного оператора.
3. Профіль роботи туроператора. (Типологія турів залежно від виду використаних транспортних засобів і мети поїздки).
4. Монопрофільні і багатoproфільні туроператори, їх достоїнства і недоліки.

Тема 2. Провідні туристичні оператори українського ринку, туристичні компанії, бренди українського ринку.

1. Використання брендів і брендингу в сучасному туроперейтингу, основні напрями застосування бренду.
2. Причини поширення застосування брендів в туризмі в кінці XX століття.
3. Принципи створення ефективного і конкурентоздатного бренду.
4. Рівні лояльності споживачів до бренду і категорії рівнів брендів.
5. Найчастіше вживані в туризмі стратегії брендингу та їх класифікація.

Тема 3. Провідні українські аутгоінг-туроператори з масового відпочинку та їх характеристики (на прикладі конкретного підприємства).

1. Класифікація туроператорів на основі географії туроперейтинга.
2. Профіль роботи туроператора. Типологія турів залежно від виду використаних транспортних засобів і від мети поїздки.
3. Монопрофільні і багатoproфільні туроператори, їх переваги і недоліки.
4. Відмінні особливості туристського продукту для масового відпочинку.
5. Оператори масового ринку.

Тема 4. Дослідження туристичного продукту провідних українських туроператорів, що формують масові тури на відпочинок українських громадян, на прикладі країни (Туреччини Єгипту, Таїланду тощо) (параметри: перелік послуг, вартість туру, порядок бронювання).



1. Поняття "туристичний продукт", його складові частини.
2. Основні споживчі властивості туристичного продукту.
3. Оператори масового ринку.
4. Особливості туристичного продукту для масового відпочинку.

Тема 5. Порівняльний аналіз основних маршрутів, пропонуваніх українськими туроператорами на ринку для масового відпочинку українських туристів в країні (Туреччині, Єгипті, Таїланді тощо) (за основними послугами, що включено в турпакет).

1. Класифікація туроператорів на основі географії туроперейтинга.
2. Оператори масового ринку.
3. Напрями роботи туроператора : популярні / непопулярні, сезонні / полісезонні, сильно концентровані / концентровані / розсіяні.
4. Особливості маршрутів для масового відпочинку.

Тема 6. Провідні українські аутгоінг-туроператори з екскурсійного туристичного продукту та їх характеристики (на прикладі конкретного підприємства).

1. Класифікація туроператорів на основі географії туроперейтинга.
2. Профіль роботи туроператора, монопрофільні і багатoproфільні туроператори, їх переваги і недоліки.
3. Класифікація туристичних маршрутів і екскурсій.
4. Особливості туристичного продукту для масового споживача.
5. Оператори ринку масових екскурсійних турів.

Тема 7. Дослідження туристичного продукту провідних українських туроператорів, які формують масові екскурсійні тури для українських громадян в Західну Європу, на прикладі країни або країн (Франції, Італії, Австрії тощо) (параметри: перелік послуг, вартість туру, порядок бронювання).

1. Поняття "туристичний продукт", його складові частини.
2. Основні споживчі властивості туристичного продукту.
3. Оператори ринку масових екскурсійних турів.
4. Особливості туристичного продукту для масових екскурсійних турів.

Тема 8. Порівняльний аналіз основних маршрутів, пропонуваніх українськими туроператорами на ринку екскурсійного туризму для українських туристів на прикладі

європейських міст (Парижу, Вени, Лондона тощо) (за основних послугах, включених в турпакет).

1. Класифікація туроператорів на основі географії туроперейтинга.
2. Оператори ринку масових екскурсійних турів.
3. Напрями роботи туроператора : популярні / непопулярні, сезонні / полісезонні, сильно концентровані / концентровані / розсіяні.
4. Класифікація туристичних маршрутів і екскурсій.
5. Технологія підготовки і проведення екскурсій.

Тема 9. Провідні українські інкамінгові туроператори і їх характеристики (на прикладі конкретного підприємства).

1. Класифікація туроператорів на основі географії туроперейтинга.
2. Інкамінг як вид комерційної діяльності на туристському ринку.
3. Основні чинники, стримуючі розвиток в'їзного туризму в Україні.
4. Стратегія розвитку в'їзного туризму в Україні.

Тема 10. Дослідження туристичного продукту провідних українських туроператорів, організуючих прийом груп іноземних туристів в Україні і обслуговування їх за традиційними маршрутами (параметри: перелік послуг, вартість туру, порядок бронювання).

1. Класифікація туроператорів на основі географії туроперейтинга.
2. Основні туристичні постачальники інкам-туроператорів і особливості їх послуг.
3. Особливості туристичного продукту в'їзних турів.
4. Асортимент в'їзних турів.

Тема 11. Порівняльний аналіз основних маршрутів, запропонованих українськими туроператорами на ринку екскурсійного туризму для іноземних туристів на прикладі Києва, Львова, Одеси тощо (за основними послугами, включених в турпакет).

1. Класифікація туроператорів на основі географії туроперейтинга.
2. Стратегії розвитку в'їзних туристських потоків в Україні.
3. Асортимент в'їзних турів.
4. Особливості організації туристичних маршрутів і екскурсій для в'їзних турів.



Тема 12. Провідні українські інсайдингові туроператори та їх характеристики (на прикладі конкретного підприємства).

1. Класифікація туроператорів на основі географії туроперейтинга.
2. Внутрішній туризм як соціально-економічний феномен.
3. Основні чинники, що стримують розвиток внутрішнього туризму в Україні.
4. Стратегія розвитку внутрішнього туризму в Україні.

Тема 13. Дослідження туристичного продукту провідних українських туроператорів, що формують масові тури на відпочинок українських громадян, на прикладі Криму, Причорномор'я або Карпат (параметри: перелік послуг, вартість туру, порядок бронювання).

1. Стратегія розвитку внутрішнього туризму в Україні.
2. Основні туристичні постачальники інсайд-туроператорів і особливості їх послуг.
3. Особливості туристичного продукту для масового відпочинку українських громадян на території України.
4. Асортимент рекреаційних турів українського внутрішнього туризму.

Тема 14. Порівняльний аналіз основних маршрутів, запропонованих українськими туроператорами на ринку для масового відпочинку українських туристів на прикладі Криму, Причорномор'я або Карпат (за основними послугами, включених в турпакет).

1. Стратегія розвитку внутрішнього туризму в Україні.
2. Природні рекреаційні ресурси України.
3. Основні туристичні переваги українців.
4. Основні види і різновиди українського внутрішнього туризму.
5. Рекреаційне районування України.

Тема 15. Порівняльна характеристика комп'ютерних систем бронювання авіаквитків, готелів і туристичних послуг, що використовуються на українському ринку (Galileo, Amadeus, Gulliver та ін.) (системи on-line бронювання – авторські розробки туроператорів).

1. Основні напрями використання Інтернету в туроперейтингу.
2. Класифікація існуючих систем Інтернет-бронювання.
3. Права і обов'язки власника системи бронювання.



4. Права і обов'язки користувача системи бронювання.

Тема 16. Основні транспортні авіакомпанії-авіап перевізники українського туристичного ринку.

1. Типологія турів залежно від типу використання транспортних засобів. Частка ринку авіаційних турів в спільному ринку сучасної туріндустрії.

2. Схеми взаємовідношення туроператорів і авіакомпаній. Права і обов'язки перевізника і пасажирів.

3. Перевезення пасажирів на регулярних рейсах.

4. Економічний сенс чартеру. Види чартерних програм.

Теми 17 і 18. Порівняльна характеристика запропонованих умов перевезення туристів-індивідуалів регулярними рейсами українських і зарубіжних авіакомпаній (параметри аналізу у тем 17 і 18 різні, див. список тем вище).

1. Перетворення авіакомпаній на помітний і найважливіший елемент сучасної туристичної індустрії – закономірний процес, викликаний глобалізацією міжнародного туризму і вимогами збільшення швидкостей доставки туристів до місця відпочинку.

2. Схеми взаємовідношення туроператорів і авіакомпаній. Права і обов'язки перевізника і пасажирів.

3. Перевезення пасажирів на регулярних рейсах.

4. Недоліки чартерів і переваги використання регулярних рейсів при формуванні індивідуальних турів.

Теми 19-21. Провідні українські туроператори, що спеціалізуються на гірськолижному (діловому, круїзному) туризмі.

1. Профіль роботи туроператора. Типологія турів залежно від використання транспортних засобів і від мети поїздки.

2. Монопрофільні і багатопрофільні туроператори, їх переваги і недоліки.

3. Спеціальні види туризму.

4. Загальна характеристика гірськолижного (ділового, круїзного) туризму.

Теми 22-23. Щорічна міжнародна виставка "UITT", порівняльна характеристика з "Інтурмаркетом" (Intourmarket).

1. Роль PR-акцій в просуванні туристського продукту. Основні промоушн-інструменти туріндустрії.



2. Участь туроператорів в туристських виставках, що регулярно проводяться, як основний інструмент PR у сфері туристського бізнесу.
3. Характеристика основних етапів виставкової діяльності.
4. Основні вимоги до оформлення стенду, роздавального матеріалу і роботи стендової команди.

Тема 24. Інтернет, як лідер в якості носія рекламної інформації в туристичні галузі (оцінка переваг і недоліків web-сайту конкретного туроператора).

1. Роль Інтернету в просуванні туристичного продукту.
2. Найбільш поширені види електронної реклами у сфері сучасного туристичного бізнесу.
3. Web-сайт туристичної компанії, його структура, функції, особливості дизайну.
4. Основні вимоги до web-сайту туроператора для забезпечення його ефективної роботи.

Тема 25. Автоматизація документообігу в туроперейтингу. (порівняльна характеристика найбільш популярних в українському туроперейтингу програмних комплексів).

1. Класифікація документів туроперейтинга
2. Документи, що регламентують стосунки з постачальниками.
3. Документація в роботі з агентами.
4. Документи, що регламентують взаємовідносини туроператорів і туристів.
5. Основні напрями автоматизації в сучасному туроперейтингу.

Теми 26-35. Технологія розробки замовлених програм.

1. Основні правила організації ділових (оздоровчих, молодіжних, дитячих, інсентив-) турів.
2. Особливості формування програми і комплектування складу послуг при продажі замовлених турів.
3. Класи обслуговування.
4. Специфіка потреб вказаного сегменту споживачів і можливості, які повинен мати туроператор для задоволення цих потреб.



Практична частина

Практична частина роботи виконується за наведеними нижче схемами, залежно від вибраної теми курсової роботи. Метою цього завдання є отримання практичних навичок аналізу конкурентного середовища, оцінки переваг і недоліків запропонованого туристського продукту і послуг, вивчення сучасних комп'ютерних систем і програмних комплексів, а також технології розробки замовлених програм для різних соціальних і вікових груп населення за різними маршрутам і з певною метою.

Алгоритм виконання практичної частини курсових робіт з тематики, пов'язаної з дослідженням провідних туроператорів українського туристського ринку, порівняльним аналізом пропонованого ними туристського продукту або основних маршрутів (на прикладі Іспанії як напрямів масового відпочинку українських туристів)

1. По темі 1:

– визначити 3 моно- і 3 багатопрофільні туроператори українського туристського ринку;

по темі 2:

– визначити 3 що ведуть туроператора – бренди українського туристського ринку;

по темах 3 - 14, 19, 20, 21:

– визначити трьох ведучих туроператорів цього напрямку за допомогою галузевого бюлетеня і web-портала JoinUp <http://joinuplviv.com/rejtingi-lita-2015/>.

Переглянути:

<http://turbiz.turistua.com/>

<http://businessvisit.com.ua/hot-tour/turoperatory/>

<http://joinuplviv.com/reitynh-turoperatoriv-ukrainy-2016/>

<http://www.tourismnews.com.ua/news-5433.html>

<http://turline-ua.blogspot.ru/2009/01/blog-post.html>

<http://delo.ua/rates/travel-agencies-rating/>

<http://www.turprofi.com.ua/rejtingi/1665-top-25-turoperatorov-2016>

<http://turprofi.com.ua/rejtingi/205-top-10-turoperatorov-vyezdnogo-turizma-v-ukraine>



Рейтинг туроператорів України та найпопулярніших напрямків складений за літній сезон на основі показників продажів найбільших агентських мереж в Україні.

В літньому сезоні 2015 турецько-єгипетський напрямок обрали майже 60% українських туристів і ще 11% обрали Болгарію.

Українці найчастіше вибирали між дешевими на той момент Еміратами і дорогою Туреччиною. В цьому сезоні об'єми ОАЕ значно впали, напрямок подорожчав, а турки, навпаки, знизили ціни і завдяки цьому відпочинок в Туреччині обрали 40% українців.

Путівки в Єгипет обрали для себе 22% українців. Відпочинок в Болгарії увійшов в трійку лідерів завдяки широкому вибору автобусних трансферів з різних міст України та легкості відкриття віз. Особливо невтішно виглядає Греція, яка скотилася до рівня Кіпру. Не користувались особливим попитом Туніс та Шрі Ланка. Перший постраждав від терактів і програма польотів була достроково скорочена, а Цейлон занадто далеко, щоб стати достатньо дешевим для масового напрямку з України. Грузія, якій передрікали надзвичайний зліт, в рейтингах себе не проявила.

Присмною тенденцією стало те, що більшість клієнтів туристичних фірм не чекали "горящих" турів, а скористались значно вигіднішим раннім бронюванням.

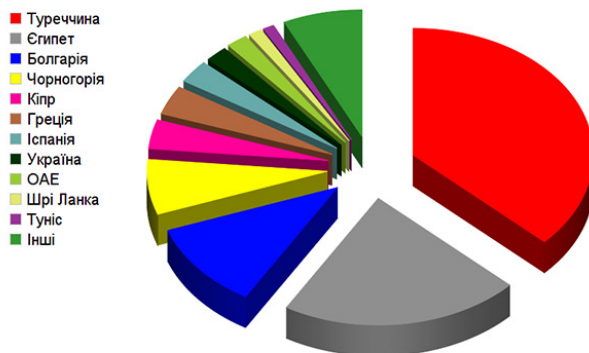


Рисунок 1 – Рейтинг країн



Рисунок 2 – Рейтинг туроператорів

Оргкомітет на основі телефонних опитувань турагентств України, повідомлень ЗМІ, рекламній активності ТЕ в різних виданнях, рейтингів різних пошукових туристичних систем, відомостей з регіонів і думок експертів склав список туроператорів – учасників рейтингу. Саме ці компанії по різних країнах і були запропоновані для оцінки турагентствам.

Всього в літньому рейтингу українські туроператори рейтингувалися за 12 напрямом: Болгарія, Греція, ОАЕ, Шрі Ланка, Єгипет, Іспанія, Кіпр, Україна, Туніс, Туреччина і Чорногорія. При цьому загальний список рейтингуємих туроператорів складався з 322 компаній.

Оцінювали туроператорів турагентства з усіх регіонів країни. Всього на запрошення прийняти участь в складанні рейтингу відгукнулися 170 представників турфірм. Таким чином, опитування вийшло більш ніж репрезентативним.

Лідерами рейтингу стали перші три компанії, що набрали за свою роботу найбільше число балів від турагентств.

1. "Наталі Турс"
2. "VKO travel"
3. "TEZ tour"



Таблиця 1 – Критерії та їх вага, за якими турагентства оцінювали роботу туроператорів (приклад)

Загальні критерії	Опис	Вага
On-line бронювання, сайт компанії	Наявність і повноцінність такої системи, доступність інформації про наявність місць в готелях і літаках, швидкість підтвердження. Сайт швидкість завантаження, своєчасність оновлення інформації і тому подібне	13
Популярність і надійність туроператора	Репутація компанії, кількість років на ринку, розкрученість бренду і тому подібне	15
Якість роботи персоналу	професіоналізм співробітників компанії, доступність рядових співробітників, топ-менеджерів і керівників компанії, дотримання етики ділового листування, швидкість реакції на будь-які запити	5
Розмір комісії, умови оплати і отримання документів	Розмір комісії, наявність черг на оплату і отримання документів, можливість отримання документів заздалегідь і тому подібне	17

Приватні критерії	Опис	Вага
Швидкість підтвердження турів	Дотримання контрольних термінів підтвердження туру, швидкість підтвердження і тому подібне	14
Висока якість сервісу за кордоном	Мала кількість об'єктивних претензій туристів, їх оперативний дозвіл, високий професіоналізм обслуговуючого персоналу і тому подібне	9
Низький рівень цін	Конкурентоспроможність пропозицій по турпакетам і тому подібне	17
Відсутність заміни готелів	Чим менше переселень - тим вище оцінка: як часто зустрічаються переселення, як такі проблеми вирішуються і тому подібне	10



Таблиця 2 – Рейтинг турагентств (приклад)

Компанія	Оцінка (max 100 балів)
Наталі Турс	37,6
VKO Travel	23,1
TEZ Tour	18,7
Час Тур	10,7
НТК Інтурист	8,4
Капітал Тур	7,5
Нева	5,5
S7 ТУР	3,6
VAM Tour	3,5
Асент Тревел	2,7
Интерюнион	1,9
Эль-тур	1,8
Rusiber	1,6
Турбазар	1,4
СВІЙ - ТУР	1,1
La Costa	0,4
ІБЩА тур	0,4

2. За допомогою пошукових систем знайти офіційні сайти вибраних для подальшого дослідження туроператорів, наприклад:

www.natalie-tours.ru,

www.vkotravel.com,

www.teztour.com.

3. Дати характеристику кожного туроператора: номер в ліцензійному реєстрі суб'єктів туроператорської діяльності, як давно існує на ринку, які об'єми продажів, якими основними напрямками займається, якими відмітними особливостями відомий на українському туристському ринку, розмір штату співробітників і кількість і місцезнаходження офісів продажів, ПІБ генерального директора, нагороди і т. п., наприклад:

Компанія: "Наталі Турс" була заснована в квітні 1992 року.

Об'єми продажів компанії постійно ростуть. У 2008 році її оборот склав \$650 млн., а кількість обслужених туристів – 480 тис. чоловік. "Наталі Турс" знаходиться в постійному розвитку і регулярно додає у свій асортимент нові напрями. Так, двома новими зимовими напрямками 2009 року стали Куба і Єгипет.

Послуги: "Наталі Турс" – багатoproфільна туроператорська компанія, що спеціалізується на масовому відпочинку. Напрями діяльності – Іспанія,

Греція, Кіпр, Італія, Туреччина, Таїланд, Андорра, ОАЕ, Домініканка і морські круїзи. "Наталі Турс" неодноразово визнавалася лідером по відправці російських туристів в Європу. Крім того, в компанії працює спеціальний відділ по обслуговуванню корпоративних клієнтів – департамент ділового туризму (MICE), клієнтами якого за цей час стали багато великих компаній (Sharp, Gedeon Richter, Henkel та ін.).

Місія: "Наталі Турс" займається масовим туризмом, але при цьому намагається враховувати індивідуальні потреби кожного відпочивальника. Місія компанії – сприяти розвитку цивілізованого ринку туристичних послуг, забезпечуючи за доступними цінами відпочинок, що відповідає кращим міжнародним стандартам. "Наталі Турс" користується хорошою репутацією на ринку і завжди будує бізнес відповідно до понять професійної честі.

Концептуальні тури: "Наталі Турс" відома на ринку своїми концептуальними турами, що привертають увагу великого числа клієнтів. Найбільш популярний тур "Дорослі і діти", який в 2009 році пропонуватиметься в Іспанії, Греції і на Кіпрі. В якості основи ігрової програми для дітей від 6-ти до 12-ти років, як і минулого року, була вибрана піратська тематика. А для дітей від 2-х до 5-ти років передбачена абсолютно нова програма за участю персонажів мультфільму "Лунтик і його друзі", розроблена у рамках ко-брендингу із студією анімаційного кіно "Млин".

Співробітники: У центральному офісі працює близько 300 співробітників. Компанія має ще роздрібні офіси в Києві, а також представництва в Москві, Єкатеринбурзі, Санкт-Петербурзі, Самарі і Мінську.

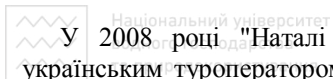
Компанія розробила власну систему дистрибуції, у рамках якої співпрацює з агентствами безпосередньо і через уповноважені агентства, які є практично в усіх великих містах України. Всього в Україні і країнах СНД налічується близько 2000 офісів продажів, де можна придбати продукт "Наталі Турс".

Нагороди: За роки роботи компанія "Наталі Турс" удостоювалася безлічі нагород, перерахуємо деякі з них:

У 2006 році "Наталі Турс" отримала Золоту нагороду в категорії "Послуги і сервіс" Національного конкурсу "БРЕНД РОКУ/EFFIE 2006". Це єдиний в країні конкурс, який має міжнародне визнання і ліцензію Американською Маркетинговою Асоціацією (АМА), а також входить в міжнародну систему EFFIE - найавторитетнішу світову нагороду у сфері ефективних маркетингових комунікацій, що проводиться в 30-ти країнах світу.

У 2006 році Наталія Воробйова отримала Офіцерський Хрест Ордену "За цивільні Заслуги" від короля Іспанії, присуджений за великий особистий вклад в зміцнення туристичних зв'язків між Україною і Іспанією.

У 2007 році "Наталі Турс" отримала нагороду клубу SKAL як кращий іноземний туроператор по Андоррі в зимовому сезоні 2006-2007 рр.



У 2008 році "Наталі Турс" у черговий раз була визнана кращим українським туроператором по Європі (окрім Скандинавії і Прибалтики) за підсумками щорічної туристичної премії "Зірка Travel.Ru", заснованою на перевагах подорожуючих туристів і співробітників туристичної галузі.

У 2008 році представництво "ЭНИТ" нагородило "Наталі Турс" дипломом за активний внесок у розвиток і просування італійських туристичних напрямів.

У 2008 році круїзна компанія Costa Cruises визнала "Наталі Турс" кращим агентством по продажах Східної Європи і вручила відповідний диплом.

Номер в єдиному реєстрі туроператорів – MBT 001503.

4. Визначити профіль роботи кожного туроператора (домінуючі в його асортименті види або географічні напрями турів), наприклад:

Таблиця 3 – Компанія "Наталі Турс" пропонує програми відпочинку по найпопулярніших напрямках:

 <u>Греція</u>	 <u>Туреччина</u>	 <u>Кіпр</u>	 <u>Іспанія</u>	 <u>Італія</u>
 <u>ОАЕ</u>	 <u>Таїланд</u>	 <u>Сінгапур</u>	 <u>Індонезія</u>	 <u>Росія</u>
 <u>Домінікана</u>	 <u>Андорра</u>	 <u>Куба</u>	 <u>Єгипет</u>	 <u>Франція</u>

Якщо в курсовій роботі досліджується відразу декілька туроператорів, то рекомендується по можливості звести дані в єдину таблицю.



5. Дати характеристику країни як напрями виїзного (в'їзного, внутрішнього) туризму, наприклад:

ІСПАНІЯ

Опис країни. Що такого є в Іспанії, що примушує повертатися в цю країну знову і знову? Можливо, це – Барселона з її ажурними будинками роботи Гауді. А може бути, гаряча і пристрасна Севілья, де жила Кармен і її Хосе, де досі розгораються неабиякі пристрасті, де танцюють ритмічний і яскравий танець фламенко, демонструють відвагу на арені для бою биків. Чи це Толедо, де кожен камінь може повідати... Це грандіозна країна – сонячні узбережжя, широкі пляжі і блакитне море. Чим частіше ви приїжджаєте в Іспанію, тим сильніше Вам хочеться ніколи з неї не від'їжджати.

Географія. Іспанія займає велику частину Іберійського півострова, найпівденнішу точку якого відділяє від Африки лише вузька смуга Гібралтарської протоки (ширина – 14 км). Від сусідньої Франції Іспанія відокремлена Піренейськими горами, що зумовило її відносну ізольованість від Європи упродовж віків. Іспанії також належать острови Балеарського архіпелагу, розташованого в Середземному морі, і Канарського архіпелагу, що знаходиться в Атлантичному океані недалеко від західних берегів Африки.

Клімат. Розташувавшись на південному заході Європи, в теплій і багатій кліматичній зоні, іспанське узбережжя є справжнім раєм для любителів пляжного відпочинку. На більшій частині країни переважає субтропічний середземноморський клімат з жарким сонячним літом і м'якою зимою.

Населення. Чисельність складає близько 40 млн. осіб.. Іспанія визнана єдиною нацією, сформованою на основі різних історичних областей і етнічних груп, основними з яких є: каталонці, андалусійці, кастильці, валенсійці, галісійці і баски.

Мова. Офіційною для усієї країни мовою є іспанський (кастильський). Деякі автономії (Каталонія, Співтовариство Валенсії, Галісія, Країна Басків) говорять також на своїх національних мовах.

Держава. З 1978 року по теперішній час Іспанія є конституційною монархією. Глава держави – король Хуан Карлос I. Найвищий орган виконавчої влади – уряд. Законодавчий орган – генеральні кортеси, що складаються з двох палат: Сенату і Конгресу депутатів.

Кухня. Іспанська кухня славиться не лише як одна з кращих у світі, але і відрізняється винятковою різноманітністю, оскільки на розвиток кулінарного мистецтва в різних регіонах впливали кліматичні, географічні, історичні і національні особливості, характерні тільки для цього регіону або провінції.

Особливої згадки заслуговують прекрасні вина Іспанії, де існує близько шістдесяті виноробень, причому вина, що виготовляються, є об'єктом особливого контролю з боку держави. Андалусія поставляє на світовий ринок



знаменитий херес, відомий також під назвою шеррі. У Каталонії виготовляється особливе шампанське – кава, а також робляться чудові білі вина.

На митниці. Ввезення предметів для особистого користування (особисті коштовності, фотоапарати, кінокамери, музичні інструменти, переносні відео і аудіо апарати, спортивне приладдя, устаткування для кемпінгу і так далі) не обмежене. Іспанські митники видають, на вимогу квитанції, що засвідчують, що предмет був ввезений в Іспанію.

На одну особу дозволено безмитне ввезення: міцних напоїв (вода, коньяк – 1 л; міцні вина – 2 л; сухого вина – 2 л; цигарок – 200 шт.; тютюну – 250 г; кави – 500 г; чаю – 100 г. Якщо співробітник митних органів має підстави вважати, що який-небудь предмет ввозиться з метою подальшого продажу, він може зажадати, щоб турист заповнив декларацію і негайно вніс грошову заставу, яка буде повернена при виїзді з країни, після пред'явлення декларації і предмету, з-за якого виникла проблема.

Охорона здоров'я. У Іспанії медицина – платна. У разі легких погіршень здоров'я можна звернутися в аптеки (farmacia). Відрізнити їх можна по зеленому хресту на вивісці. Зазвичай, аптеки працюють з 9:30 до 14:00 і з 16:30 до 20:00. Якщо аптека закрита, на табличці біля входу вказано, де знаходиться чергова аптека або до якого лікаря можна звернутися в екстрених випадках.

Місцеві комахи – не небезпечні, і, практично, непомітні, але якщо Ви раптом відчуєте їх небажану присутність – можна використати засоби захисту від комарів, яких легко знайти в аптеках міста.

Як добратися. Приблизний час польоту з Києва до деяких іспанських міст наступний:

Київ-Барселона – приблизно 4 години;

Київ-Аліканте – приблизно 5 годин;

Київ-Малага – приблизно 5 годин 30 мін;

Київ-Майорка - приблизно 4 години 30 мін;

Київ-Тенерифе - приблизно 7 годин (без посадки) і 8-9 годин (з посадкою).

Українське посольство. Посольство України в Королівстві Іспанія в Мадриді: вул. Ронда де ла Абубілья, 52, тел. 00-34-91-748-93-60.

Увага! З консульських питань телефонувати за номерами: 91-748-93-82 (83), «Гаряча лінія» Посольства України в Іспанії: 0034-620-641-324. Прохання телефонувати виключно в разі загрози життю чи загибелі громадян України

Транспорт. У Іспанії транспортне сполучення підтримується широко розгалуженою мережею автомобільних і залізниць. Регулярні повітряні рейси здійснюються між усіма великими містами. Зв'язок материкової частини країни з Африканським континентом, Балеарськими і Канарськими островами забезпечують також регулярні пасажирські судна.



6. Визначити перелік основних маршрутів по конкретній країні, наприклад:

ІСПАНІЯ

- Міста Іспанії
- Гран Канарія
- Ібіца
- Коста Бланка
- Коста Брава
- Коста Даурада
- Коста де Альмерія/Тропикаль
- Коста де ла Луз
- Коста дель Азаар
- Коста дель Сіль
- Коста Калида
- Лансароте
- Майорка
- Менорка
- Сьєрра-Невада
- Тенерифе
- Фуєртевентура

7. При необхідності дати опис конкретного місця даного регіону.

КОСТА ДАУРАДА

Опис регіону

Узбережжя Коста Даурада (Costa Daurada), або "золотий берег", дістало свою назву завдяки прекрасним морським пляжам з м'якого дрібного піску, що придбаває золотистий відтінок в яскравих променях середземноморського сонця. Сприятливий клімат, мальовничі пейзажі, здорове збадьорююче повітря, унікальні природні заповідники і древня багата історія провінції сприяли припливу сюди туристів з усього світу. Коста Даурада зачаровує і тягне мандрівників самих різного віку і інтересів. Суперсучасні розважальні центри, де так легко і невимушено почуває себе молодь усіх країн світу, є невід'ємною частиною будь-якого тутешнього курорту. Дивовижні піщані пляжі і неглибокі теплі прибережні води притягають на Коста Даурада батьків з дітьми. Гордістю узбережжя є знаменитий тематичний парк Universal Studio Port Aventura - другий за величиною Диснейленд в Європі, відвідування якого принесе величезне задоволення і дітям, і дорослим. Окрім дивовижних золотистих пляжів Коста Даурада пропонує допитливому мандрівникові величезну різноманітність цікавих маршрутів, що знайомлять

8. Для тем, пов'язаних з аналізом маршрутів, детально проаналізувати вибраний для дослідження маршрут кожної з трьох ведучих компаній по основних послугах, включених в турпакет:

- основні перевізники (авіакомпанії), види рейсів (регулярні або чартерні, прямі або стикувальні), аеропорт вильоту, аеропорт прибуття, розклад польотів, час в дорозі, тип літака;
- наявність трансферу, спосіб його здійснення (груповий або індивідуальний), віддаленість готелів (курортів) від аеропорту;
- готельна база (розташування готелів, їх категорії і типи номерів, інфраструктура);
- пропонований тип живлення, місце його організації;
- основні і додаткові екскурсії і т. п., наприклад:

Авіапереліт. Компанія "Наталі-Турс" здійснює доставку туристів на курорти Іспанії в основному за допомогою двох авіакомпаній: "МАУ" і "Трансаеро", як регулярними, так і чартерними прямими рейсами, по основному напрямку Київ-Барселона-Київ – практично 7 днів в тиждень, аеропорти вильоту з Київ – Бориспіль (термінали 2 і С).

Трансфер. Трансфер – Послуга з доставки туристів з аеропорту (ж/д вокзалу або терміналу морського порту) в готель і назад. Трансфер також може здійснюватися між готелями, якщо туристи під час одного туру проживають в декількох готелях.

Розрізняються два типи трансферів: *груповий і індивідуальний*. Груповий трансфер зазвичай здійснюється автобусом, індивідуальний – транспортним засобом по конкретному замовленню клієнта: автобус, автомобіль, лімузин і тому подібне

Трансфер можливий з супроводжуючим або без такого.

Якщо в турі передбачена послуга "Трансфер", то по прильоту туристам необхідно підійти до представника з табличкою "Наталі Турс" і назвати прізвище і (чи) показати ваучер. Представник назве номер транспортного засобу і вкаже місце його стоянки.

Таблиця 4 – Барселона (Іспанія)

Переліт туди				Переліт назад				Час вильоту і наявність місць
Період	Дні тижня	Номер рейсу	Аеропорт вильоту	Період	Дні тижня	Номер рейсу	Аеропорт вильоту	
26.03.13 - 22.03.16	ПН	SU 287	SVOC	26.03.13 - 29.03.16	ПН	SU 288	BCN	≥
29.03.11 - 23.03.16	ВТ	SU 287	SVOC	29.03.11 - 30.03.16	ВТ	SU 288	BCN	≥
02.01.13 - 13.10.15	ВТ	UN 331	DME	02.01.13 - 13.10.15	ВТ	UN 332	BCN	≥
13.04.11 - 24.03.16	СР	SU 287	SVOC	04.05.11 - 31.03.16	СР	SU 288	BCN	≥
27.12.12 - 24.03.16	СР	UN 331	DME	27.12.12 - 24.03.16	СР	UN 332	BCN	≥
03.01.13 - 23.12.15	СР	UN 337	DME	01.01.11 - 01.04.16	ЧТ	SU 288	BCN	≥
29.03.13 - 25.03.16	ЧТ	SU 287	SVOC	06.05.11 - 02.04.16	ПТ	SU 288	BCN	≥
29.04.11 - 26.03.16	ПТ	SU 287	SVOC	02.04.11 - 03.04.16	СБ	SU 288	BCN	≥
02.04.11 - 27.03.16	СБ	SU 287	SVOC	30.12.12 - 13.03.16	СБ	UN 332	BCN	≥
30.12.12 - 26.12.15	СБ	UN 331	DME	23.08.14 - 17.10.15	СБ	UN 332	BCN	≥
30.12.12 - 27.03.16	СБ	UN 337	DME	30.12.12 - 27.03.16	СБ	UN 338	BCN	≥
12.05.13 - 26.09.15	СБ	UN 631	DME	12.05.13 - 26.09.15	СБ	UN 632	BCN	≥
30.04.12 - 21.03.16	ВС	SU 287	SVOC	24.04.11 - 28.03.16	ВС	SU 288	BCN	≥

Міста і готелі

Калафел

- ▶ Canada Palace 4*
- ▶ Solimar 3(*)

Камбріс

- ▶ Augustus 3*
- ▶ Cambrils Playa 3*
- ▶ Centurion Hesperia 4*
- ▶ Cesar Augustus 3*
- ▶ Monica 4*
- ▶ Olimar II Aparthotel 3(*)
- ▶ Port Eugeni 4*
- ▶ Princep 3*
- ▶ Tryp Port Cambrils 4*
- ▶ Voramar Aparthotel 3(*)

Кома-Руга - Сан Сальвадор

- ▶ Gran Hotel Europe 4*
- ▶ Le Meridien Ra Beach Hote... 5*
- ▶ Marvel Coma - Ruga (ex. G.H... 4*
- ▶ Natura Park 3*
- ▶ San Salvador 3*

Коста Даурода

- ▶ Fortuna 3* 3*
- ▶ Fortuna 4* 4*
- ▶ Fortuna Best 3*
- ▶ Fortuna Roundtrip 3* Daur... 3*

Ла Пинеда

- ▶ Best Sol d'Or 3*
- ▶ Estival Club 4*
- ▶ Estival Club Apartments anm.
- ▶ Estival Park 4*
- ▶ Estival Park Apartments anm.
- ▶ Estival Punta Prima anm.
- ▶ Golden Donaire Beach 3*
- ▶ La Hacienda Gran Hotel 4*

Монтбрио дель Камп

- ▶ Termes Montbrió 4*

Салоу

- ▶ Almonsa Platja Apt anm.
- ▶ Belvedere 3*
- ▶ Best Club Cap Salou 3*
- ▶ Best Da Vinci Royal 3*
- ▶ Best Los Angeles 3*
- ▶ Best Mediterraneo 3*
- ▶ Best Michelangelo Residen... 3*
- ▶ Best Oasis Park Hotel 3*
- ▶ Best San Diego 3*
- ▶ Best San Francisco 3*
- ▶ Blaumar 4*
- ▶ Cala Font 3*
- ▶ Calypso 3*
- ▶ Caribe Resort 4*
- ▶ Cye Holiday Center 3(*)
- ▶ Delfin Park 3*
- ▶ El Paso 4*
- ▶ Europa Park 4*
- ▶ Eurosalou 3*
- ▶ Gold River 4(*)
- ▶ Golden Port Salou & SPA 4*
- ▶ Jaime I 3*
- ▶ Las Vegas 4*
- ▶ Les Dalies anm. 2 ключі
- ▶ Los Peces anm. 1 ключ
- ▶ Magnolia 4*
- ▶ Olympus Palace 3*
- ▶ Planas 3*
- ▶ Playa de Oro Park 3*
- ▶ Playa Margarita 3*
- ▶ Playa Park 3*
- ▶ Port Aventura 4*
- ▶ President 3*
- ▶ Regente Aragon 4*
- ▶ Regina Gran Hotel 4*
- ▶ Salauris Palace 4*
- ▶ Salou Park 4*
- ▶ Salou Princess 3*
- ▶ Santa Monica Playa 3*
- ▶ Sol Costa Dorada 4*
- ▶ Venecia Park 3*
- ▶ Villa Romana 4*
- ▶ Villamarina Club 3*
- ▶ Zahara anm.
- ▶ список готелів...



Індивідуальний трансфер не припускає послуг супроводжуючого (якщо вони не замовлені додатково). Проте туристи отримають конверт з повною інформацією відносно порядку перебування в країні, можливістю замовлення додаткових екскурсій і списком місцевих пам'яток.

Під час групового трансферу туристам буде надана загальна інформація про курорт, будуть дані відповіді на усі питання, що цікавлять, названий час і місце зустрічі з гідом (якщо в тур включена послуга "Послуги гіда").

Увага! Під час групового трансферу туристів завозять в готелі згідно з маршрутом автобуса. В деяких випадках, автобус не має можливості під'їхати безпосередньо до входу готелю, тоді туристів підвезуть до найбільш близького місця від готелю.

Охочі замовити послугу "Індивідуальний трансфер" можуть ознайомитися з цінами на сайті в розділах, присвячених конкретним турам. Наприклад: Іспанія - Пляжі світу - Коста Даурада - Стандарт. У розділі "Доп. послуги", можна знайти вартість індивідуального трансферу для цього туру.

Готельна база курорту. На узбережжі Коста-Даурада пропонується розміщення туристів в 8 курортних містах, 90 готелях (в основному категорії 3* і 4*). В наявності є декілька апартаментів і готелів 5*. Є широкий вибір готелів як для сімейного відпочинку (у спокійних районах узбережжя на першій лінії пляжу), так і для любителів шопінгу і розваг (у 300-500 м від пляжу на жвавих міських вулицях, поблизу від магазинів і клубів). Традиційні (в основному п'ятиповерхові) готелі мають в розпорядженні найчастіше стандартні номери. На території як правило є відкриті басейни, джакузі, бар, ТВ-салон, інтернет, перукарня, більярд, ігрові автомати, багажна кімната, магазин, паркінг, іноді масаж, сауна, турецька лазня, перукарня. У багатьох пропонованих готелях на ресепшн є російськомовний персонал. Деякі готелі пропонують анімаційні (спортивні і розважальні) програми

Харчування туристів організоване в ресторанах готелів за типом "шведського" столу, зазвичай напівпансіон (сніданок і вечеря), рідше повний пансіон, деякі готелі пропонують систему "Усе включено".

BEST CLUB CAP SALOU 3*

Країна: Іспанія

Регіон: Коста Даурада

Місто: Салоу

Опис

Готель побудований у самого пляжу, в ідилічно-мальовничому містечку, що з першого погляду зачаровує кожного, хто хоч раз зупинявся на цих берегах. Якщо хтось шукає затишний готель, оточений пишною зеленню, де можна провести відпустку, забувши про міську метушню і лише милуючись дивовижними панорамами і слухаючи заспокійливий шепіт прибою, то він може з упевненістю зупинити свій вибір на готелі Club. **Розташування:** на



У готелі: 497 номерів.

Харчування: шведський стіл.

Інфраструктура: відкриті басейни, джакузі, 2 бари, бар у басейну, масаж, сауна, турецька лазня, ТБ-салон, інтернет, перукарня, більярд, ігрові автомати, зелена зона, багажна кімната, магазин, паркінг.

Для спорту і відпочинку: Для занять спортом: тренажерний зал, тенісний корт.

Дозвілля: розважальні програми.

Дітям: безкоштовне дитяче ліжечко, дитячий басейн, дитячі стільчики в ресторані.

Пляж: піщано-гальковий. Парасольки і лежачки – напрокат.

У номерах: у номері Standard – ванна кімната, телефон, ТБ з українським каналом, центральний кондиціонер (15.06-15.09), сейф, балкон. Ширина основного ліжка – 90 см, ширина додаткового ліжка – 80 см

Типи номерів: стандартний (standard)

Спецпропозиції:

- 7 ночей за ціною 6 для заездов: 06.06, 20.06.2015
- спеціальні знижки при ранньому бронюванні проживання в готелі в періоди: 01.05-31.07. і 29.08-31.10.2015, зробленому до 31.05.2015
- повний пансіон за ціною напівпансіону при проживанні в готелі в періоди: 30.05-05.06, 25.07-31.07, 29.08-06.09 і 12.09-18.09.2015

Додаткова інформація: російськомовний персонал на ресепшн.

При 4-х місцевому розміщенні в номер ставиться тільки 2 ліжка king-size (ніяких додаткових ліжок).

Бронювання проживання зберігається в готелі до 21.00 (вечори) в день приїзду і по пришестві цього часу - анулюється. При планованому заїзді клієнтів після 21.00, необхідно інформувати готель заздалегідь.

BEST LOS ANGELES 3*

Країна: Іспанія
Регіон: Коста Даурада
Місто: Салоу

Опис

Розташований в центрі Salou, поблизу від самих його відомих кварталів і вулиць, вражаючих строкатим різноманіттям своїх дискотек, барів, ресторанів і торгових центрів, готель якнайкраще відповідає побажанням тих, хто хоче поринути у вируюче життя знаменитого курорту. Готель також займає дуже зручне положення по відношенню до пляжу.

Розташування: в 300 м від пляжу Playa dels C.

У готелі: 259 номерів. Одномісні номери – без балкона. При 4-місцевому розміщенні в номер ставиться тільки 2 ліжка kingsize (ніяких дод. ліжок).



Харчування: шведський стіл.

Готель пропонує систему "Усе включено", яка містить наступні послуги :

- повний пансіон живлення;
- 10.00–23.00 – закуски в снєк-барі;
- напої місцевого виробництва (вино, пиво, сангрія, джин, горілка, ром, віскі, бренді) – 10.00-23.00 (тільки для дорослих туристів);
- прохолодні напої – 10.00-23.00 (содова, кава, питна вода);
- морозиво для дітей – 10.00-18.00;

Напої: Повний опис імпортного виробництва оплачуються додатково, на місці, відповідно до розцінок готелю.

Інфраструктура: відкриті басейни, джакузі, бар, ТБ-салон, інтернет, настільний теніс, більярд, ігрові автомати, багажна кімната, паркінг.

Для спорту і відпочинку: Дозвілля: різноманітні розважальні програми.

Дітям: безкоштовне дитяче ліжечко, дитячий басейн, ігровий майданчик, дитячі стільчики.

Пляж: піщаний. Парасольки і лежачки – напрокат.

У номерах: Standard – ванна кімната, телефон, ТБ з українським каналом, центральний кондиціонер (15.06-15.09.15), сейф, балкон. Ширина основного ліжка – 90 см, ширина додаткового ліжка – 80 см

Типи номерів: стандартний (standard)

Спецпропозиції:

- 7 ночей за ціною 6 і 6 ночей за ціною 5 для заїздів: 12.04, 13.04.2015;
- 7 ночей за ціною 6 для заїздів: 13.06, 27.06 і 11.07.2015;
- повний пансіон за ціною напівпансіону при проживанні в готелі в період: 30.05-12.06.2015.

Додаткова інформація: російськомовний персонал на ресепшн. Бронювання проживання зберігається в готелі до 21.00 (вечори) в день приїзду і після цього часу – анулюється. При планованому заїзді клієнтів після 21.00 необхідно інформувати готель заздалегідь.

При 4-х місцевому розміщенні в одному номері в готелі - в номері 2 ліжка king-size. Ніяких інших ліжок в номер не ставлять.

Готель пропонує систему "Усе... Повний опис включений", яка містить наступні послуги:

- денна і вечірня анімація;
- настільний теніс, більярд, аквааеробіка і аеробіка.



Додаткові послуги на курорті Коста Даурада.

Індивідуальний трансфер (2015)

Пункт відправлення	Пункт призначення	Транспортний засіб	К-ть місць	Ціна, €*
28.03.15-31.12.15				
Аеропорт Барселони	готелі: Sitges	таксі	1-4	150
		мінівен	5-7	200
	готелі: Salou, La Pineda, Cambrils	таксі	1-4	255
		мінівен	5-7	350
	готелі: Calefell, Coma - Ruga	таксі	1-4	170
		мінівен	5-7	255

* Ціна за машину в один бік, євро (послуги водія без гідів)

**Вартість трансферів у зворотний бік ідентична.

***Послуги супроводжуючого з російською мовою бронюються і оплачуються додатково.

****Час очікування в Аеропорту не перевищує 2 години з часу прильоту літака. Додатковий час очікування оплачується готівкою, на місці від 25 євро в годину (таксі)/35 євро в годину (мінівен). У вартість трансферу входять місцеві податки і страхівка пасажирів. Послуги з підноса багажу не входять у вартість трансферу і оплачуються додатково, на місці.

Доплата за бізнес клас (2015)

Дата вильоту :	Ціна, €
Київ (а/до Трансаеро)	
01.08 - 22.08.15	320
25.08 - 15.09.15	250
16.09 - 31.10.15	170

Доплата за гарантію рейсу (10.04 - 31.10.15)

Виліт у Барселону з Києва

Дата	День тижня	Ціна, € на людину
МАУ		
Квітень, травень, жовтень	5,6,7	30
Червень, липень, серпень, вересень	5,6,7	50
Трансаеро		
Квітень, травень, жовтень	2,6	30
Червень, липень, серпень, вересень	2,6	50

SPA - процедури в Estival SPA Centre (2015)

Назва процедури	К-ть днів	Ціна, €
Thalasso Relax	2	252
Thalasso Svelte	2	413
Thalasso Relax	5	651
Thalasso Svelte	5	820

<i>Vinoterapia</i> господарства	1	193
<i>Beauty/Relax/Vinoterapia</i>	3	435
<i>День краси Наталі-Турс</i>	1	160

Ціни дійсні для продажу з України, Росії і Білорусії, для клієнтів які проживатимуть в готелі ESTIVAL PARK в період: 01.02.2015-18.12.2015.

Екскурсії (Salou, La Pineda, Cambrils)

Екскурсії	Транс. ср-во	Ціна, € дорослий	Ціна, € дитина (4-10 років)
<i>Оглядова по Барселоні</i>	Автобус (54)	42	32
<i>Монтсеррат/Торрес</i>		44	35
<i>Барселона/Фонтани</i>		42	32
<i>Таррагона</i>		22	22
<i>Вхід.квиток в Акваполіс (08.05-10.10.2015)</i>		24	18
<i>Вхід.квиток в Порт Аventura (2 дні) 27.03-25.06.2015/01.09-06.01.2016</i>		44	35
<i>Вхід.квиток в Порт Аventura (1 день) 26.06-31.08.2015</i>		44	35
<i>Порт Аventura/Карибе Резорт (26.06- 31.08.2015)</i>		66	52,5

* Вартість на 1 чел в ЄВРО. Ціни діють з 27.03 до 31.10.2015

Оренда авто (2015)

Вартість послуг з оренди автомашин з готелів Коста Дауради (тільки для туристів, що проживають в готелях курортів : Cambrils, Salou, La Pineda)
AVIS

Група	Автомобіль	3 дня	5 днів	7 днів
01.04-31.10				
<i>A</i>	<i>Ford Ka</i>	125	205	270
<i>B</i>	<i>Hyundai Atos</i>	140	230	295
<i>C</i>	<i>Ford Fiesta</i>	155	255	330
<i>D</i>	<i>Ford Focus</i>	220	365	470
<i>F</i>	<i>Ford Mondeo</i>	300	495	655
<i>I</i>	<i>Hyundai H - 1</i>	390	650	825
<i>J</i>	<i>Ford Transit</i>	365	610	765

Ціни в ЄВРО за послугу. Ціни дійсні з 01.04.2015 по 30.10.2015

Ціни дійсні для бронювання послуги, не менше чим за 7 ночей до заїзду!

Оренда автомашини включаючи необмежений кілометраж, місцеві податки, страховку автомашини від викрадення і нещасного випадку (CDW+THW).

Оренда автомашини надається водіям не молодше за 21 рік, що має водійський стаж від 1 року/

Оренда автомашини з Аеропорту Барселони – узгоджується і розраховується окремо (за запитом).

Не входить у вищезгадані тарифи і оплачується окремо, на місці:

- франшиза;
- додаткове устаткування;
- розширені види страховок автомашин і так далі.

Віза

	Ціна, €
для громадян України	60
для громадян країн СНД	85

Страховка від невиїзду (детальніше)

	Вартість, % від вартості туру
з франшизою	2,7
без франшизи	4

Результати дослідження рекомендується звести в єдину таблицю по бальній системі (аналогічно нижченаведеному аналізу туристського продукту), проаналізувати переваги і недоліки маршруту вибраних туроператорів і зробити відповідні висновки.

9. Для тем, пов'язаних з дослідженням туристського продукту: вибрати один з найпопулярніших маршрутів, умовні терміни поїздки, категорію готелів і один з найбільш поширених варіантів розміщення, потім детально проаналізувати туристський продукт 3-х провідних туроператорів цього напрямку по переліку послуг, вартості туру і умовам або порядку бронювання, наприклад:

Тур з Києва на узбережжя Коста Даурада з 26 вересня по 03 жовтня 2015 р. (8 днів/7 ночей) для 2 дорослих і однієї дитини до 12 років.

У вартість входить:

- авіапереліт рейсами Київ-Барселона-Київ, економічний клас;
- груповий трансфер аеропорт-готель-аеропорт;
- розміщення в стандартному номері з додатковим ліжком в готелі вибраної категорії;
- вибраний тип живлення (сніданок, напівпансіон або повний пансіон).

Додатково оплачується:

- оформлення візи;
- страховий поліс.

Компанії Наталі-Турс і VKO – travel пропонують як розміщення в найпопулярніших і зручніших для сімейного відпочинку готелях, так і систему бронювання Fortuna. При аналізі турпродукту фірми TEZ – tour вказана мінімально можлива ціна менш відомих готелів 3* і 4*.

FORTUNA – це система бронювання, при якій назва готелю заздалегідь невідома. Є можливість вибору регіону (в окремих випадках - міста), а так само категорії готелю. Назва готелю стає відомою за декілька днів до вильоту. Компанія "Наталі Турс" запрошує в унікальний сімейний **тур "Дорослі і діти"**, розроблений для максимально комфортного і захоплюючого відпочинку батьків з дітьми.

"Дорослі і діти" – це сучасна концепція пляжного відпочинку. У ній поєднали краще з сімейного готельного відпочинку і захоплюючих дитячих канікул : щодня в готелях – насичена програма для дорослих і дітей. Поки батьки біля моря або на екскурсії, дітвору чекають цікаві ігри і конкурси, об'єднані загальною ідеєю і темою. Мама і тато вибирають: провести день з дітьми, або ж - і дорослі, і діти відпочивають самостійно.

Дві програми відпочинку : для малюків 2-5 років і для дітей 6-12 років.

Для дітей від 2 до 5 років: "У гості до Лунтика"!

Казково-ігрова програма з персонажами улюбленого мультфільму "Лунтик і його друзі", у рамках ексклюзивної співпраці "Наталі Турс" з творцями мультсеріалу, студією анімаційного кіно "Млин".

Як і Ваші діти, Лунтик, робить перші кроки у великому захоплюючому житті, пізнає світ, зустрічає вірних друзів. Разом вони гратимуть і вчитимуться простим цікавим речам!

Для дітей від 6 до 12 років: "Піратське Літо"

У ігрових кімнатах готелю і на ігрових майданчиках діти занурюються у веселе піратське життя. Як в справжньому плаванні з пригодами, діти опиняються в різних життєвих ситуаціях і за допомогою аніматорів намагаються з ними справлятися, проявляють кмітливість. Юні пірати вчаться взаємодопомозі, дізнаються багато корисного, що допоможе після і в звичайному житті.

Особливості програми відпочинку "Дорослі і діти":

- у кожному готелі - 2 програми, що враховує вікову групу дітей (від 2 до 5 років і від 6 до 12 років);
- відпочинок дітей організований з ранку до вечора, з перервою на обід і вечерю;
- усі заходи проводяться також і українською мовою;
- аніматори з України та країн СНД (професійні педагоги і актори);
- програма діє з 01.05.15 по 01.10.15;
- програми проводяться в спеціально відібраних готелях для відпочинку з дітьми.

	<i>Натали-Турс</i>	<i>VKO - travel</i>	<i>TEZ - tour</i>
Готель 3* з сніданком	<i>Best Cup Salou 3* 1352 євро (МАУ) 1386 євро (Трансаеро)</i>	<i>Best Cup Salou 3* 1315 євро (ВИМ-авіа, Трансаеро)</i>	Не пропонується
Готель 3*, напівпансіон	<i>Best Cup Salou 3* 1383 євро (МАУ) 1417 євро (Трансаеро) Fortuna 3* 1315 євро (МАУ) 1349 євро (Трансаеро)</i>	<i>Best Cup Salou 3* 1317 євро (ВИМ-авіа, Трансаеро) Fortuna 3* 1377 євро (ВИМ-авіа, Трансаеро)</i>	<i>Golden Donaire Beach 3* 1394 євро (Tatarstan Airlines, Vimavia) - наймінімальніша за ціною пропозиція</i>
Готель 3*, повний пансіон	<i>Best Cup Salou 3* 1432 євро (МАУ) 1466 євро (Трансаеро) Fortuna 3* 1351 євро (МАУ) 1384 євро (Трансаеро)</i>	<i>Best Cup Salou 3* 1365 євро (ВИМ-авіа, Трансаеро)</i>	<i>Golden Donaire Beach 3* 1457 євро (Tatarstan Airlines, Vimavia)</i>
Готель 4* з сніданком	Не пропонується	Не пропонується	Не пропонується
Готель 4*, напівпансіон	<i>Villa Romana 4* 1556 євро (МАУ) 1589 євро (Трансаеро) Fortuna 4* 1386 євро (МАУ) 1419 євро (Трансаеро)</i>	<i>Villa Romana 4* 1510 євро (ВИМ-авіа, Трансаеро)</i>	<i>Golden Port Salou & SPA 4* 1443 євро (Tatarstan Airlines, Vimavia) - наймінімальніша за ціною пропозиція</i>
Готель 4*, повний пансіон	<i>Villa Romana 4* 1657 євро (МАУ) 1691 євро (Трансаеро) Fortuna 4* 1431 євро (МАУ) 1465 євро (Трансаеро)</i>	<i>Villa Romana 4* 1615 євро (ВИМ-авіа, Трансаеро)</i>	<i>Golden Port Salou & SPA 4* 1520 євро (Tatarstan Airlines, Vimavia)</i>
Спецпропозиція: тур "Дорослі і діти", напівпансіон	<i>Salauris Palace 4* 1302 євро (чартер) 1369 євро (МАУ)</i>	Не пропонується	Не пропонується
Спецпропозиція: тур "Дорослі і діти", повний пансіон	<i>Salauris Palace 4* 1368 євро (чартер) 1436 євро (МАУ)</i>	Не пропонується	Не пропонується

Порівняльний аналіз туристичних продуктів

Доцільно провести в табличній формі, оцінюючи окремі елементи пропозиції у балах по мірі привабливості для клієнтів і облиште: 3 бали— задовільна пропозиція; 4 бали – хороша пропозиція; 5 балів – відмінна пропозиція.

Таблиця 5 – Порівняльний аналіз туристичних продуктів

№ з/п	Найменування ознаки	Пропонований продукт від Наталі Турс	Продукт порівняння від VKO – travel	Продукт порівняння від TEZ tour
1.	Доставка до місця відпочинку	Регулярні і чартерні авіарейси – 5 б.	Тільки чартерні рейси – 4 б.	Тільки чартерні рейси – 4 б.
2.	Розміщення	Найпопулярніші готелі 3* і 4* – 5 б.	Найпопулярніші готелі 3* і 4* – 5 б.	Менш відомі готелі 3* і 4* – 4 б.
3.	Живлення	Усі види (BB, HB і FB) – 5 б.	Усі види (BB, HB і FB) – 5 б.	Тільки HB і FB – 4 б.
4.	Програми дозвілля	Унікальний сімейний тур "Дорослі і діти" – 5 б.	Традиційні – 3 б.	Традиційні – 3 б.
5.	Додаткова пропозиція.	Різноманітне, насичене – 5 б.	Різноманітне, насичене – 5 б.	Різноманітне – 4 б.
6.	Сервіс	Високий рівень – 5 б.	Хороший – 4 б.	Хороший – 4 б.
7.	Ціна: На традиційний продукт За системою Fortuna Тур "Дорослі і діти"	Best Cup Salou 3* 1383 євро – 4 б. Fortuna 3* 1315 євро – 5 б. Salauris Palace 4* 1302 євро – 5 б.	Best Cup Salou 3* 1317 євро – 5 б. Fortuna 3* 1377 євро – 4 б. Мін.цена звичайного туру в 4* 1510 євро – 3 б.	Golden Donaire Beach 3* 1394 євро – 3 б. Мін. ціна 3* 1394 євро – 3 б. Мін.цена звичайного туру в 4* 1443 євро – 4 б.
8.	Інформаційна підтримка	Відмінна – 5 б.	Відмінна – 5 б.	Відмінна – 5 б.
	Разом:	49 балів	43 балу	38 балів



Висновок: Порівняльний аналіз представлених продуктів показав, що пропонується тур від "Наталі Турс" вигідніший для клієнтів, оскільки при нижчій ціні пропонує більше насичену і цікаву програму відпочинку.

Алгоритм виконання практичної частини курсових робіт з тематики, пов'язаної з технологією розробки замовлених спеціалізованих програм для різних сегментів споживчого ринку

1. Визначити основну мету поїздки, віковий і соціальний статус членів делегації, у разі замовлення ділового туру – сферу діяльності учасників поїздки.

2. За допомогою пошукових систем підібрати інкамутопедатора (зустрічаючи компанію у вказаній країні), що спеціалізується на цьому виді турів. Якщо в асортименті цього туропедатора є груповий тур, аналогічний тому, що розробляється, приступити до його подальшої модифікації згідно із завданням.

3. Задати приблизні дати поїздки і виявити можливість придбання необхідної кількості авіаквитків економічного класу різних авіакомпаній (бажано двох) по заданому напрямку за допомогою дзвінка у будь-яке агентство з продажу міжнародних авіаквитків. Уточнити номери рейсів, розклад і аеропорти вильоту і прибуття.

4. Залежно від мети туру і складу групи, підібрати два альтернативні варіанти розміщення.

– для шкільних груп найчастіше пропонують готелі 2*, не обов'язково в центрі міста, з можливістю розміщення в номерах по 3-4 людини;

– для молодіжних груп - 2-3*, з розміщенням по 2-3 людини в номері, але недалеко від модних клубів і інших відомих місць активного проведення дозвілля;

– у разі розробки туру з метою відвідування виставки, необхідно знайти офіційний сайт організатора заходу. Як правило, виставкові комплекси розташовані на околиці міста, тому необхідно підібрати один варіант готелю 3-4* поряд з експоцентром (щоб виключити трансфер готель-виставка-готель), другий - в історичному центрі міста (з організацією трансферу на виставку). Обов'язково враховується займана посада членів делегації, для керівників пропонується переліт бізнес-класом і одномісне розміщення в готелі більш високої категорії

(4-5*), для працівників середньої ланки - можливе двомісне розміщення в готелі 3*.

– у разі розробки туру з метою підвищення кваліфікації, бажано підбирати готелі 3-4* з можливістю оренди конференц-залу для проведення офіційних заходів.

5. При формуванні програми для замовлених груп зазвичай передбачається організація живлення (напівпансіон і повний пансіон), ця послуга найчастіше спочатку включається до складу турпакета, оскільки підприємства або організації оплачують замовлення за безготівковим розрахунком. Відповідно, необхідно виявити наявність ресторану в пропонованому готелі, і якщо там пропонується тільки сніданок, необхідно знайти кафе або ресторан недалеко від готелю для організації обіду і/або вечері, меню якої звало б на специфіку групи і програму туру.

6. Організація ділової частини. Зазвичай програма ділового туру має на увазі проведення двох заходів (залежно від мети поїздки):

– відвідування виставки впродовж двох днів (на цілий день або на півдня, за узгодженням із замовником), з трансфером або без нього, з професійним перекладачем або без нього; підвищення кваліфікації;

– або два відвідування підприємств (організацій) вказаного профілю з проведенням ділових зустрічей, переговорів, обмінів думками, "круглих столів" з іноземними колегами із заданої тематики;

– або два семінари в конференц-залі готелю із залученням провідних фахівців найбільших учбових центрів вказаного профілю із заданої тематики;

– або комбінація вищезгаданих заходів.

В цьому випадку також опрацьовується питання необхідності організації трансферу і замовлення професійного перекладача.

7. Пропозиція лікувально-оздоровчих програм.

Оздоровчий відпочинок залежно від засобів дії на організм людини підрозділяється на клімато-, бальнео-, море-, грязелікування та ін. Програми лікувальних турів будуються з урахуванням того, що приблизно половина часу витрачається на лікувально-оздоровчі заходи. Для проходження курсу лікування як правило потрібно оформлення санаторно-курортної карти.

Залежно від заданого напрямку, необхідно запропонувати клієнтам відповідні готелі з можливістю проходження курсу лікування на базі цього готелю або розташованого у безпосередній близькості від нього



лікувального центру. Бажано підібрати декілька альтернативних варіантів програм оздоровчого відпочинку, що спеціалізуються на різних проблемах.

8. Екскурсійна програма. Залежно від мети поїздки і складу груп необхідно скласти програму пізнавальних і культурно-розважальних заходів:

- для шкільних груп – знайти і запропонувати екскурсії, що відрізняються від традиційних і потреби саме цього сегменту, що враховують. Наприклад: не просто екскурсія в знаменитий музей, а можливість проведення художниками майстер-класу для дітей (такі заходи нерідко проводяться в Луврі і т. п.), відвідування спеціалізованих музеїв науково-технічної творчості дітей (Ля Виллет в Парижі), музеїв воскових фігур з цікавими шоу, критих аквапарків і т.д.;

- для молодіжних груп – підготувати список з адресами і коротким описом виставок сучасного мистецтва, відомих клубів, дискотек, національних і популярних шоу і інших культурних заходів цього напрямку;

- для ділових програм – на додаток до офіційних заходів не занадто насичену, але різноманітну і цікаву культурну програму з урахуванням контингенту.

Доцільно поетапно записати опрацювання усіх деталей програми, обґрунтувати вибір послуг на кожному етапі, по можливості скласти калькуляцію турпакету і звести усі дані в єдину програму. Як додаток до програми, можна розмістити важливу додаткову інформацію, на яку необхідно звернути увагу учасників поїздки.



Додаток А

Приклад програми ділового туру у Францію по підвищенню кваліфікації групи (16 чол.) заступників директорів по безпеці підприємств атомної промисловості України

*Програма перебування учасників семінару :
"Економічна безпека і охорона організацій"*

Париж (Франція)

20 – 27 грудня 2015 р.

20 грудня (субота)

Виліт з Києва рейсом SU 259 авіакомпанії "МАУ", аеропорт "Бориспіль" в 10:30 (час київський). Увага! Необхідно прибути на реєстрацію не пізніше, ніж за 3 години до вильоту! (орієнтовно в 07:30).

Прибуття в Париж, аеропорт ім. Шарля де Голля в 12:30 (час місцевий). Зустріч з представником приймаючої компанії (табличка "Міжнародний учбовий центр"), трансфер в готель "Astra Opera" 4 (29, rue Caumartin, 75009 Paris, tel. 01 42 66 15 15), розміщення.*

16:00 – зустріч з гідом в холі готелю. Трансфер на Монмартр і пішохідна екскурсія по Монмартру.

19:00 – вечеря в ресторані "La Bonne Franquette".

21:00 – трансфер в готель.

21 грудня (неділя)

Сніданок в готелі.

09:30 - зустріч з гідом в холі готелю. Оглядова екскурсія по Парижу на автобусі. Після закінчення екскурсії

13:30 – обід в ресторані "Brasserie du Louvre".

15:45 – зустріч з гідом за домовленістю (чи біля виходу з ресторану або у кінної статуї Людовика XIV у дворі Лувру). Екскурсія в Лувр.

Після закінчення екскурсії – вільний час. Самостійне повернення в готель.

22 грудня (понеділок)

Сніданок в готелі.

08:30 – зустріч з перекладачем в холі готелю. Трансфер в готель "Le Warwick" (5, rue de Berri - 75008 Paris).

09:00 – 12:30 (включаючи одну кавову паузу)

Семінар № 1 "Безпека на промисловому підприємстві".

Місце проведення : конференц-зала готелю "La Warwick".

Організатор: Інститут ICSI.

Інститут ICSI об'єднує найбільші компанії і промислові групи - AREVA, ArcelorMittal, EDF, Gaz de France, TOTAL, AIRBUS і інші. Мета роботи Інституту – сприяти підвищенню культури промислової безпеки підприємств, знаходити оптимальні рішення для забезпечення економічної безпеки підприємств, визначати можливості охорони і захисту промислових об'єктів, виявляти роль людського чинника для забезпечення безпеки підприємств. Інститут співпрацює з центрами навчання в різних регіонах Франції, з європейськими університетами і дослідницькими інститутами. Організовує семінари, конференції і круглі столи з обміну досвідом за участю дослідників і фахівців, керівників підприємств, працівників профспілок, офіційних осіб.

Програма семінару :

- основні вимоги до безпеки на промислових об'єктах у Франції;
- охорона і режим енергетичного підприємства. Охорона співробітників. Головні причини нещасних випадків. Дії співробітників охорони в умовах надзвичайної ситуації. Розбір прикладів;
- особливості захисту атомних і електростанцій. Чинники ризику. Управління персоналом на підприємствах підвищеного ризику. Роль керівництва у безпеці підприємства;
- синтез і завершальна дискусія.

Лектор: пан Therry Vinot - провідний фахівець з ризик промислових підприємств.

Після закінчення семінару - п'ятихвилинна прогулянка до ресторану на Єлісейських Полях.

13:00 – обід в ресторані "Chez Clement".

Після закінчення обіду - повернення в готель "Le Warwick".

14:30 – 18:30 (включаючи одну кавову паузу)

Семінар № 2 "Технічне оснащення систем безпеки на промисловому підприємстві".

Місце проведення : конференц-зал готелю "La Warwick".

Організатор: DIRIX Solutions.

Інженерна компанія, що спеціалізується на розробці, установці, експлуатаційному обслуговуванні новітніх систем відеоспостереження, систем пожежобезпеки, пропускних систем на стратегічних об'єктах.

Програма семінару :

- інженерно-технічний захист будівель. Засоби сигналізації і зв'язку;
- знайомство з новітніми системами безпеки;
- особливості установки систем відеоспостереження на стратегічних об'єктах;
- охорона підприємств і пропускний режим;



Лектор: пан *Arno Batoux* - керівник департаменту систем відеоспостереження.

Після закінчення семінарів - вільний час. Самостійне повернення в готель.

23 грудня (вівторок)

Сніданок в готелі.

09:30 - зустріч з гідом в холі готелю. Екскурсія у Версаль на автобусі. Після закінчення екскурсії

14:00 – обід в ресторані "La Taverne".

Вільний час. Самостійне повернення в готель.

24 грудня (середовище)

Сніданок в готелі.

Вільний час. Є можливість відвідати Різдвяні розпродажі в найбільших магазинах Парижу.

19:00 - зустріч з гідом в холі готелю. Трансфер в кабаре "Лидо".

Увага! Дрес код обов'язковий (чоловіки - у вечірніх костюмах, жінки - у вечірніх костюмах або сукнях, джинси і кросівки заборонені)!

19:30 – святкова вечеря і спектакль в "Лидо". Після закінчення

23:20 – трансфер в готель.

Різдво.

25 грудня (четвер)

Сніданок в готелі.

Вільний час. Рекомендуємо вчинити пішохідні прогулянки по Парижу, відвідати Ейфелеву вежу, прокотитися на кораблику по Сене.

13:00 - зустріч з супроводжуючим в холі готелю. Трихвилинна прогулянка до ресторану "Café de la Paix". Обід. Самостійне повернення в готель

26 грудня (п'ятниця)

Сніданок в готелі.

08:00 - зустріч з гідом в холі готелю. Екскурсія по замках Луари на автобусі. Під час екскурсії буде зроблена зупинка для відпочинку і обіду. У другій половині екскурсії на одному з численних міні-заводів по виробництву кращих французьких вин відбудеться дегустація з можливістю придбання вин за ціною виробника.

Повернення в готель приблизно в 20:00.



Національний університет
27 грудня (субота)

Сніданок в готелі.

10:30 – зустріч з супроводжуючим в холі готелю. Трансфер в аеропорт. Виліт в Київ рейсом **UA 260** в **13:40** (час місцевий), прибуття в **Бориспіль** в **19:30** (час московський).

Шановні пані та панове! Не забудьте, будь ласка, ваші візитні картки і рекламні буклети або інші матеріали про Ваше підприємство для відвідування семінарів!

За програмою перебування можливі доповнення і незначні зміни.

Приймаюча компанія у Франції

TRAVELSCOPE

Tour Operator

Контактні телефони:

01 58 56 20 30 – будні дні з 10:00 до 18:00



Додаток до програми Шановні пані та панове!

1. Переконливо просимо Вас не забувати, що ви їдете у складі великої серйозної групи, і наполегливо рекомендуємо Вам неухильно дотримуватися програми перебування. Запізнення на усі вказані заходи недопустимі. Повернення грошових коштів за невикористані послуги не проводиться.

2. Доводимо до вашого відома, що офіційно у Франції поселення в готелі здійснюється після 14:00 (з 11:00 до 14:00 проводиться прибирання номерів), тому не усі номери можуть бути готовими до заселення до моменту приїзду групи в готель. Проте, на наше прохання, керівництво готелю докладе усіх зусиль, щоб делегація з України не відчувала дискомфорту при розміщенні. Також хочемо Вас попередити, що в усіх готелях 4* на рецепції при заселенні необхідно залишити номер банківської карти або заставу у розмірі 100 євро, яка повертається при від'їзді, якщо клієнти не користувалися ніякими додатковими послугами.

3. Просимо Вас дотримуватися етикету стосовно ділового та святкового одягу: під час проведення навчальних заходів вітаються ділові костюми, на Різдвяну вечерю в "Лидо" 24/12 і святковий обід в "Кафе де ля Пе" 25/12 обов'язкові вечірні костюми або сукні. Увага! У кабаре "Лидо" гардероб платний – 2 євро за 1 людину.

4. Просимо також звернути Вашу увагу на **особливості організації харчування групи**: обслуговування проводиться **тільки цілком для усієї групи**. В усіх вказаних у програмі ресторанах замовлено і **оплачено фіксоване меню**. Інші **блюда і напої** (за бажанням) замовляються і оплачуються додатково.

<p>  20/12 “La Bonne Franquette” Морс Цибулевий суп М'ясо по-бургонски Сир Десерт Вино Bonne Franquette, содова вода, кава </p>	<p> 23/12 “La Taverne” Фаршировані мідії з часником Смажене качині філе із запеченою картоплею Тістечко "Опера" 1 келих вина, ½ пляшки хв. води, кава </p>
<p> 21/12 “Brasserie du Louvre” Качиний паштет з манговою чатні Яловичина і фуа гра, тушковані з овочами Ванільне тістечко з каштановим кремом 1/3 пляшки вина, ½ пляшки хв. води, кава </p>	<p> 24/12 “LIDO” Морські гребінці "Сен Жаки" з гарбузовим гарніром Філе лосося з естрагоном Індичка, фарширована трюфелями з гусячою печінкою Традиційне "Різдвяне поліно" Солодощі до кави ½ пляшки шампанського, ½ пляшки вина, хв. вода </p>
<p> 22/12 “Chez Clement” Ожиновий морс Копчений лосось з листям салату Смажена курка з базиліком і домашнім пюре Яблучний пиріг з ванільним морозивом 1 келих вина Pays D'Oc, хв. вода, кава </p>	<p> 25/12 “Café de la Paix” Аперитив Антрекот з вищого сорту яловичини Black Angus Десерт (торт "Наполеон") ½ пляшки вина, ½ пляшки хв. води, кава </p>